

SEMANAeconómica

SEMANAeconómica.com

Lima, 18 de agosto del 2024 | Año XXXVIII | No 1925 | Precio: 5/30

► METRO DE LIMA

Las nuevas demoras de las tan postergadas líneas 3 y 4 (p. 12)

► NUEVO TITULAR DE LA SBS

“Creo que sí hay espacio para una ley *fintech*” (p. 20)

► ‘LEY ANTI-ANTAURO’

Las movidas congresales que la alejan de la aprobación (p. 28)

MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

Nadan contra la corriente

Ni el rebote de la economía ni las medidas del gobierno han sido suficientes para sacar a flote a las mypes del país. Muchas siguen muriendo y, hoy, la recuperación luce cuesta arriba para todo lo que resta del 2024. (p. 10)



SE

pluxee

Evento

Beneficios laborales

Claves para construir una cultura del bienestar

21 AGO | 8:30 AM

Westin Hotel & Convention Center

Participan:



Karim Mitre,
Gerente de Gestión y
Desarrollo Humano y
Administración del BCP



César Maldonado,
Director de Capital Humano
en Arca Continental en Perú



Mardely Vega,
Vicepresidenta de Recursos
Humanos de Latam & USA
de Pluxee



Carlos Díaz,
Gerente de Gestión Humana
de Gloria Alimentos Perú



Ignacio Brain,
Gerente General de
Michael Page



Regístrate



SE Índice

18 de agosto del 2024 | Año XXXVIII | No SE 1925

LA VOZ DE SE El cobro del ICV a los servicios digitales ha motivado un rechazo que podría derivar en su derogación. **6**

VOCES Y OPINIONES James Loveday, head regional de Asset Management de Credicorp Capital. **8**

VOCES Y OPINIONES Sebastián Ausín, country manager de Buk Perú. **9**

SE DESTACA Pese al rebote de la economía y los anunciados programas de apoyo estatal, las mypes siguen sin ver luz al final del túnel. **10**

SE DESTACA Pese a que cuentan con planes aprobados hace años, las Líneas 3 y 4 del Metro de Lima no avanzan. **12**

Sectores y Empresas

AGROPECUARIO Sol para los agricultores. **14**

INDUSTRIA Siderperú: "Hemos mirado toda la cadena de valor y hecho ajustes". **15**

TELECOMUNICACIONES Se acerca el 5G. **15**

RETAIL ¡Leven anclas! **16**

CONSUMO Boom saludable. **16**

INMOBILIARIO Andiamo: "El problema con Lima top es que hay sobreoferta". **18**

AUTOMOTRIZ Corporativos de alto voltaje. **18**

Economía y Finanzas

SISTEMA FINANCIERO SBS: "Hay margen para trabajar para mejores niveles de competencia". **20**

MERCADO DE VALORES Papeles y valores: Credicorp. **21**

BONOS Ventana entreabierta. **21**

FONDOS MUTUOS BBVA Asset Management: "Duplicamos los fondos de renta fija a mediano plazo en 12 meses". **22**

MACROECONOMÍA Prudencia en las tasas pasivas. **22**

Management

TALENTO Y CULTURA Despierta el offboarding. **23**

SMARTPHONES Oppo: "Esperamos superar la meta del 15% del market share". **24**

MARKETING El costo de una marca incoherente. **25**

Legal y Política

POLÍTICA "Ley anti-Antauro": una pugna sin consenso. **28**

MARCO LEGAL Ajustes a superar. **29**

LIBRE COMPETENCIA Una realidad anticompetitiva. **29**



Movidas



NORBERTO LEĐA asumió como CEO de Holcim Perú, cementera global que acaba de ingresar al mercado peruano. Previamente, ejerció como director de Expansión y Crecimiento para Holcim Latinoamérica.



LUIS BANCHERO PICASSO, actual CEO de Apolo Capital, dejará su puesto para asumir como vicepresidente de Finanzas y Transformación de Alicorp, a partir del 2 de septiembre.



BERNARDO LEÓN asumió como head de Marketing, Consumer Communications & Corporate Affairs de Nestlé Perú y Bolivia. Antes fue gerente de Desarrollo de Clientes y Sociedad de Delos.



FERNANDO MOLLÓN fue nombrado head de Google Cloud en Argentina, Chile, Colombia, Perú, Uruguay, Centroamérica y el Caribe. Ejerció como gerente general de VMware Latinoamérica.



EDUARDO DALY es el nuevo director y líder de Virson Consulting Perú. Ha sido gerente general de Ripley.



JESSICA LUNA es la nueva gerente de Asuntos Corporativos y Legales de Cencosud Perú. Previamente, ejerció como directora ejecutiva de ComexPerú.



HENRY DEL CASTILLO asumió como VP de la unidad de Energía de Aenra. Venía desempeñándose como gerente de Operaciones de Lithium One Bolivia.

SEMANAeconómica



Número 1925

Lima, 18 de agosto del 2024

DIRECTOR Y GERENTE DE CONTENIDOS / Diego Chénos Caré

EDITORES / Juan Rosales Arenas y Jaime Cordero

EDITOR WEB / Julio Álvarez

ANALISTA SENIOR / Karen Rojas Andía, Marco Alva Pino, Alessandra Saavedra U., Junior Mari

ANALISTAS / Alvin Raupen O., Jonathan Terranova V., Marisol Alvarado Bolívar, Claudia Gutiérrez Cordero

ASISTENTE DE REDACCIÓN / Tamara Ojeda Tambo

COMMUNITY MANAGER / Diana Yong

EDITORIA GRÁFICA / Martha Rodríguez Salazar

DISEÑO E INFOGRAFÍA / Andrés Bedregal, Rubén Morales

FOTOGRAFÍA / Olenka Calderón

COORDINADOR AUDIOVISUAL / Juan Carlo Llactahuaman

REALIZADOR AUDIOVISUAL / Italo Bernal Sánchez

GERENTE GENERAL / Carlos de la Roca

CHIEF REVENUE OFFICER / Ernesto Ferrer

JEFE DE CONTENT LAB / Eduardo Prado Estrella

JEFE DE MARKETING DIGITAL / Luis José Mollón Lezano

EDITORIA DE NUEVOS PRODUCTOS / Jenny Varillas Paz

EDITOR DE ARTE / Rafael Torres MQ

ANALISTA DEL CONTENT LAB / Daniela Navarro

JEFE DE CALL CENTER / Martín Bringas

JEFE DE ADMINISTRACIÓN, TESORERÍA Y CONTABILIDAD / Rosmary de la Torre

PUBLICIDAD / Graciela Escobar, Ana Reyes, Maki Pérez

WEB TRAFFICKER / Mario Páguiche

TELEMARKETING / Silvana Pulido, Beatriz Díaz, Marcos González

ADMINISTRACIÓN / Iveta Vidales, Peggy Yanushita, Victoria Albán

DISEÑO / Circle (London)

FOTOS INTERIORES / Getty Images, iStock, Andina, Presidencia

OFICINA DE REDACCIÓN / Av. Canal y Moreyra 340 Piso 13, Lima 27, Perú.

TÉLEFONO / 213-0600

FAX / 444-5240

IMPRESIÓN / Editorial Supergráfica EIRL

Av. Manuel Tellería Viciuña 165 Urb. Chacra Ríos Norte, Lima

DEPÓSITO LEGAL / 150105-95-0304

RUC / 2026090887

©Perú Económico S.A. Derechos reservados



**SEMANA
económica**

El texto del Código de Ética de esta casa editora está disponible en:
<https://semanaeconomica.com/etica>



EDUCACIÓN PARA EL BIENESTAR

**20 y 21
agosto**



En la Escuela Nacional de
Control de la Centraloría
General de la República,
Jr. Bartolomé Herrera 293,
Lima, Lima.

#CADEEDUCACIÓN

CADE Educación 2024, el principal foro de la educación del Perú, resaltarán la urgente necesidad de implementar una estrategia multidimensional para contribuir a una educación de calidad en todos los niveles educativos.

La edición 16 vuelve a un formato 100% presencial, de un día y medio, con sesiones de aprendizaje e inspiración, así como espacios de relacionamiento para ampliar tu red de contactos.



Verónica Beytia

Directora ejecutiva de
Transforma

CON LA PARTICIPACIÓN DE



Rosario Jimenez

Gerente de Educación de
Innova Schools Ecuador



Fray Elías Neira

Coordinador de Educación de
Agustinos de Latinoamérica



María Angélica Pease

Coordinadora del proyecto
"Ser adolescente en el Perú"
en la PUCP



Gustavo Rivara

Médico Pediatra Neonatólogo



León Trahtemberg

Líder Pedagógico del Aleph
School

*PARTICIPA DEL DIÁLOGO, REFLEXIÓN Y GENERACIÓN DE PROPUESTAS INNOVADORAS Y
DE ALTO IMPACTO PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD EDUCATIVA DEL PAÍS.*

Contáctanos en:

cadeeducacion.com | cadeeducacion@ipae.pe | 99-409-7156 | 644-0552

IPAE
ACCIÓN EMPRESARIAL

AUSPICIADORES

PLATINO



ORO



PLATA



MEDIOS ALIADOS

PROMOTORES



AUSPICIADORES



COLABORADORES



UNA DERROTA ANUNCIADA

El cobro del IGV a los servicios digitales ha motivado un rechazo que podría derivar en su derogación. El gobierno de la presidenta Boluarte, lamentablemente, no tiene la fuerza para defenderlo.

El próximo cobro del IGV a los servicios digitales que contratan las personas naturales —entre ellos, Netflix, Airbnb, Spotify, Google Drive o Zoom, por mencionar algunos ejemplos— se ha convertido en una nueva piedra en el zapato para el gobierno de la presidenta Dina Boluarte. La medida no sólo ha motivado críticas y rechazo por elevar los precios en un momento en el cual la economía apenas levanta cabeza. Además, ha generado incertidumbre en el sistema bancario, cuyos actores se convertirán en agentes de retención del impuesto.

Cobrar el IGV cuando las personas naturales contratan servicios digitales provistos por empresas constituidas en el exterior del país no es necesariamente algo reprochable. Esta es una vía para ampliar la base tributaria y eliminar una ventaja para los proveedores no domiciliados. E incluso es una política pública recomendada por la OCDE, que desde hace años aplican países de la región como Chile, Colombia, Brasil, Costa Rica y Uruguay, con diferentes particularidades en cada caso.

El gobierno peruano, sin embargo, ha fallado en socializar la medida. Por ejemplo, al no dar a conocer ante la banca los detalles sobre cómo deberán retener el IGV, en caso de que las firmas no domiciliadas en el Perú prescindan de sacar un RUC en la Sunat para que sean estas las que retengan y paguen el tributo. La adecuación interna de los sistemas informáticos y de cumplimiento de los bancos, como ya ha advertido Asbanc, requerirá más tiempo del que les ha otorgado el Ejecutivo, cuya intención es empezar a cobrar el IGV desde octubre.

Quienes se oponen al cobro del IGV argumentan también que se trata de una medida implementada en un momento inoportuno. Ello debido

a que motivará un incremento de precios en los servicios digitales, cuando la economía apenas está saliendo de la recesión. Probablemente hubiera sido más astuto, desde un punto de vista político, que el gobierno decida esperar a que la economía camine mejor. Pero lo cierto es que el cobro de más impuestos nunca es bien recibido por los contribuyentes. Ni siquiera en épocas de bonanza.

Si el debilitado aparato productivo peruano no termina de encender sus motores a plenitud durante los próximos meses, difícilmente será achacable al cobro del IGV a los servicios digitales. Será, más bien, atribuible a factores más relevantes para el desempeño de la economía; por ejemplo, la producción de sectores clave como la minería o la construcción, el avance de la inversión privada o de la confianza empresarial.

Todo indica que las posturas en contra de la medida impulsada por el Ministerio de Economía y Finanzas están ganando, por ahora, la batalla a nivel de la opinión pública. Algunos legislado-

res, siempre atentos a cómo soplan los vientos en plazas, calles, medios y redes sociales, ya plantearon iniciativas para derogar el decreto legislativo que dispone el cobro del IGV. Seguro será el primero de muchos y una prueba ácida para el decreto, cuando sea evaluado por la Comisión de Constitución, como corresponde a toda delegación de facultades.

El gobierno debería defender su política y no ceder a las presiones populistas. Pero es pedirle mucho a este Ejecutivo que plante cara ante el Legislativo. Aun cuando una política pública sea positiva, difícilmente se sostendrá si el gobierno que la promueve es tan débil e impopular como el de la presidenta Boluarte. ■



El gobierno debería defender su decisión y no ceder a presiones populistas. Pero es pedirle mucho a este Ejecutivo

Qué Pasó



1 FRENAZO. Después de expandirse a una tasa superior al 5% en abril y mayo, el Producto Bruto Interno (PBI) registró una fuerte desaceleración y sólo creció 0.23% en junio, por debajo de las expectativas del mercado. El menor crecimiento respondió a la caída de sectores clave como minería y hidrocarburos (-7.47%), construcción (-2.40%) y agropecuario (-1.62%). Pese al resultado de junio, el PBI anotó una expansión de 2.49% durante el primer semestre del año, informó el INEI. Para los próximos meses, analistas esperan que el PBI rebote en julio y agosto, aunque no se repetirían los datos de abril (5.38%) y mayo (5.15%).

2 NO BAJA. A julio de 2024, el déficit fiscal acumulado en los últimos 12 meses alcanzó el 4% del PBI, un nivel similar al registrado en junio, informó el BCR. Con este resultado, la brecha fiscal se mantiene lejos del nuevo límite de 2.8% establecido en el reciente cambio de la trayectoria fiscal. En julio, los ingresos corrientes del gobierno central aumentaron 12.7% interanual, mientras que el gasto no financiero del gobierno general creció 12.4%. Además, el sector público no financiero acumuló un déficit de S/12,601 millones en lo que va del año.

3 DEAL. Compañía de Minas Buenaventura cerró la venta de su empresa Chaupiloma Dos de Cajamarca -que posee una regalía de 1.8% sobre la mina Yanacocha y otras propiedades adyacentes- a la canadiense Franco-Nevada Corporation, por US\$200 millones. Como parte de la transacción, Buenaventura recibirá 118,534 acciones ordinarias de Franco-Nevada, valorizadas en US\$15 millones

al momento de la firma, sujeto al cumplimiento de producción comercial del proyecto minero Conga. Asimismo, la minera informó que los fondos se destinarán a reducir apalancamiento y desarrollar el proyecto San Gabriel.

4 DIÁLOGO. Representantes de gremios empresariales y sindicatos participaron en la instalación del Consejo Nacional del Trabajo (CNT) el último lunes. Entre otros temas, acordaron crear la Comisión Especial de Productividad y Salarios Mínimos para evaluar un posible aumento de la Remuneración Mínima Vital (RMV), actualmente fijada en S/1,025. El ministro de Trabajo, Daniel Maurate, informó que dicha comisión tiene un plazo de 30 días para presentar su propuesta, por lo que consideró que en la última semana de septiembre tendría el documento, que luego pasará al Consejo de Ministros y será un insumo para que el gobierno emita una decisión sobre la RMV.

5 FALLO. El Tribunal Fiscal confirmó las resoluciones de la Sunat y ordenó que Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston pague S/1,638.8 millones por concepto de tributos e infracciones relacionadas con el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) entre los años 2014 y 2019. La deuda incluye S/733.6 millones de siete expedientes (2014-2015, 2017 y 2019) y S/885.3 millones de cuatro expedientes (2016, 2018). Backus expresó su desacuerdo, argumentando que la Sunat no aplicó el artículo 7 de la Decisión 600 de la Comunidad Andina. Asimismo, anunció que está analizando las resoluciones notificadas, a fin de ejercer los derechos que le corresponden.



Voces y Opiniones

COLUMNISTA INVITADO

Más allá del furor por Chancay

Si buscamos alcanzar un ecosistema financiero robusto, no podemos dejarnos seducir por excepciones como la de la acción del puerto.

James Loveday

Head Regional de Asset Management de Credicorp Capital



SOBRE EL AUTOR

James es economista de la Universidad del Pacífico, con un MBA en Finanzas, Gestión Estratégica y Bienes Raíces por The Wharton School (Universidad de Pennsylvania) y un Stanford Executive Program. Además, es Chartered Financial Analyst (CFA), Chartered Alternative Investment Analyst (CAIA) y Financial Risk Manager (FRM). Hoy es Head Regional de Asset Management de Credicorp Capital y Country Head de Credicorp Capital en Chile.

Desde hace un tiempo, el creciente interés de las personas naturales —en particular, de los jóvenes— por invertir en el mercado de acciones, a través de la Bolsa de Valores de Lima (BVL), se ha convertido en motivo de celebración en el Perú. El fenómeno es atribuido a la llegada de herramientas digitales que facilitan el acceso a dicho mercado, por la reducción de los costos de transacción. Esa es, sin duda, una noticia positiva, dada la pérdida secular de liquidez de la BVL. Pero el entusiasmo de la juventud viene influenciado, principalmente, por la cotización de Inversiones Portuarias Chancay (IPCH), accionista minoritario del Puerto de Chancay. Situación que se ha popularizado en los medios locales como el surgimiento de los *memestocks*.

Si bien recuperar el interés de un segmento de inversionistas es importante, no existe demasiada información pública sobre el proyecto portuario. De modo que la especulación pura sobre dicho valor podría dejar a algunos de ellos

con un sinsabor final. Como dice el proverbio en inglés: *buyers beware*.

En cualquier caso y asumiendo que las mejoras tecnológicas y de costos sean realmente las que impulsaron la aparición en el

mercado de la demanda de este tipo de inversionista, todavía estamos muy lejos de cantar victoria. Influenciados por la corriente de pensamiento de la Nueva Economía Institucional, la fórmula para desarrollar un mercado de capitales robusto se ha limitado a reducir los costos de transacción —incluidos los tributarios— y de información. Pero la tarea es mucho más compleja.

Empiezo por sugerir que amplíemos el ámbito de análisis. Referirnos al mercado de capitales nos transporta, indefectiblemente, al mercado primario y secundario de la renta fija y la renta variable. Así, solemos dejar fuera algunas otras tendencias que han surgido en

el mundo y que han complementado el mercado financiero en su conjunto, como los fondos de capital privado y los fondos de deuda privada. Vehículos que han logrado intermediar de manera indirecta las necesidades de capital con los distintos actores con excedentes.

Prefiero referirme, entonces, al ecosistema financiero. Este involucra a los diferentes tipos de participantes, a sus circunstancias particulares y sus interacciones. Si el objetivo es que el sistema financiero contribuya con el crecimiento económico del país, debemos pensar que dicho ecosistema debe ser una fuente de recursos sostenible, que permita a los distintos actores cumplir con sus objetivos. A las empresas, las instituciones y el gobierno les debe permitir financiarse a distintos horizontes, a un costo que refleje el riesgo inherente en términos de contrapartes y plazos. Y, a los dueños y gestores del capital, les debe permitir cumplir con sus objetivos financieros.

Las reformas que necesita el ecosistema no deben limitarse a reducir los costos de transacción —incluidos los regulatorios y tributarios— y de información. También deben incluir, por ejemplo, cómo adecuar los regímenes de los inversionistas regulados (institucionales) para que puedan fortalecer su participación en el mercado.

Las personas naturales, sin duda, juegan un rol en este proceso. Me da la impresión, sin embargo, de que hemos idealizado su participación en la compra-venta de títulos directos en el mercado de capitales. La tendencia es clara en los mercados más desarrollados, independientemente del surgimiento del movimiento de *memestocks*, durante la pandemia del Covid-19: existe una disminución estructural de la participación directa de personas naturales para dar paso a fondos y vehículos diversificados, activos y pasivos, administrados por gestores profesionales regulados.

Para alcanzar un ecosistema financiero robusto en nuestro país, debemos tener una mirada integral y no dejarnos seducir por cambios en el comportamiento de algunos de sus participantes. ■

Las reformas que necesita el ecosistema no deben limitarse a reducir costos de transacción e información

COLUMNISTA INVITADO

¿Que vivan los feriados?

Además de tener muchos días de vacaciones, el Perú tiene cada vez más días feriados. Esto genera un perjuicio enorme para la economía, las empresas y las personas.

Sebastián Ausin

Country Manager de Buh Perú



SOBRE EL AUTOR

Sebastián es abogado de la Pontificia Universidad de Chile y MBA de IE Business School de Madrid. Tiene más de ocho años de experiencia en asesoría legal corporativa y cinco en administración de empresas. Software al a Service (SaaS). Desde el 2020, opera como Country Manager de Buh Perú.

En mi época de estudiante me costaba entender el disgusto de mi papá cada vez que el gobierno de turno inventaba un nuevo feriado. “Cuando trabajes o tengas tu propio negocio lo vas a entender”, me decía. Y, efectivamente, así fue.

Cuando tienes que cumplir con metas comerciales y operacionales, generar demanda, cumplir con estándares de servicio al cliente, sacar adelante meses complicados y un largo etcétera, un día menos duele. Duele mucho.

Esto no significa que esté en contra de descansar. El descanso es clave, incluso para mantener altos niveles de productividad y excelencia. Pero es vital que los espacios de descanso obedezcan a políticas públicas estructurales bien pensadas.

En un país serio puede haber dos tipos de políticas de descanso laboral: tener sólo los feriados estrictamente necesarios y más días de vacaciones, o tener más feriados y menos días de vacaciones. De hecho, en Chile, mi país de origen y una nación con bastantes feriados, se discutió hace algunos años aumentar los días legales de vacaciones y disminuir el número de feriados por esta misma razón. Lamentablemente, no se llegó a un acuerdo en el Congreso.

El Perú tiene una mezcla de los dos tipos de políticas descritas. Tiene muchos días de vacaciones y, además, muchos feriados. Algo que genera un perjuicio enorme a la economía del país y de las personas.

A eso habría que sumarle el alto nivel de informalidad, que ubica al 70% de la Población Económicamente Activa (PEA) del Perú fuera de las obligaciones que representa una planilla. Así, el sobre costo que se genera es letal para el crecimiento económico.

¿Cómo impacta esto a las compañías que viven en el mundo formal? Entre otras cosas, se ven obligadas a asumir costos por una labor que no se realiza y tener que sortear diversas dificultades en la planificación empresarial.

Lo más grave, sin embargo, es que

la gran cantidad de feriados genera, en muchos sectores, una parálisis. Por supuesto, habrá industrias que pueden tener un beneficio inmediato, como las de entretenimiento o de turismo —siempre y cuando el día libre se pueda conectar con el fin de semana—. Pero el común denominador en sectores como los de clínicas, empresas de manufactura, bancos y otros experimenta durante esos días un frenazo en la actividad, que afecta sus resultados y la productividad del país entero.

Según cifras de Macroconsult, cada día feriado representa un costo de 1.3 puntos porcentuales en el crecimiento del PBI mensual. Ello se traduce en más de S/1,000 millones de soles por cada día de para. Y quiere decir que, sólo durante el actual periodo congresal, el Parlamento ya generó alrededor de S/4,000 millones de costo adicional para el Perú, al haber agregado cuatro nuevos feriados nacionales. Una clara evidencia de la falta de análisis técnico que se tuvo al implementar esta medida.

Para mejorar su competitividad, el Perú necesita políticas más estratégicas, que equilibren adecuadamente el descanso laboral con la productividad económica. Sólo así se podrá fomentar un entorno favorable para el desarrollo sostenible.

La celebración de una fecha especial no tiene que ser, automáticamente, sinónimo de feriado. Hay otras formas de brindar tributo a personalidades o instituciones, que no tengan nada que ver con parar la actividad económica ni perjudicar a las empresas.

Un descenso en la competitividad tiene un efecto directamente proporcional en la agudización de la pobreza. Ojalá, en algún momento, exista un propósito de enmienda entre las autoridades. ■

Es vital que los espacios de descanso obedezcan a políticas públicas estructurales bien pensadas

NADO DESINCRONIZADO

Ni el rebote de la economía ni las medidas de apoyo del gobierno han sido suficientes para sacar a flote a las mypes, que llevan sucesivos años pugnando por sobrevivir. Hoy, el camino de recuperación luce cuesta arriba para todo lo que resta del 2024.



POR MARCO ALVA P.

Las micro y pequeñas empresas peruanas (mypes) siguen en 'modo supervivencia'. El rebote de los indicadores macroeconómicos no las ha alcanzado y las medidas de apoyo implementadas por el gobierno han sido, hasta ahora, insuficientes. El escenario sigue luciendo complejo y el camino, al menos durante lo que resta del 2024, es cada vez más cuesta arriba.

Al cierre del 1S24, el PBI acumula un crecimiento de 2.49%, según datos del INEI. A ese ritmo, los analistas proyectan que la economía peruana crecerá por encima de 2.5% este año; una cifra bastante mejor que la caída de 0.6% registrada en el 2023.

En ese contexto, las empresas más grandes del país empiezan a ver luz al final del túnel. Sólo por citar un indicador, las casas de bolsa proyectan que las utilidades de las compañías líderes de la Bolsa de Valores de Lima (BVL) aumentarán 51% en el 2T24, respecto al mismo periodo de 2023. En contraste, los representantes de las mypes advierten que la recuperación de sus ventas no se está dando con la fuerza esperada. "Las campañas de este año, la escolar, la del día de la Madre, la de Fiestas Patrias, no han cubierto las expectativas", revela Daniel Hermoza, director de Mypes Unidas del Perú.

Las ventas de las mypes, que representan el 16% del PBI del país, retrocedieron 1.3% en el 2023, según cifras de ComexPerú. Y este año la situación no ha mejorado. La capacidad adquisitiva de los peruanos sigue resentida y, a la vez, los costos de materias primas y de financiamiento para las mypes se han incrementado. "Eso ha impactado en los márgenes de rentabilidad, en las utilidades,

porque [las mypes] prefieren no subir los precios de venta", explica Walter Rojas, gerente central de Negocios de Caja Cusco.

La compleja situación del sector ya se traduce en el cierre de empresas. El número de mypes —empresas con ventas de hasta 150 UIT— que operan en el país alcanzó el año pasado los 6'032.164; 1.3% menos que en el 2022 y 0.5% por debajo del 2019 (año previo a la pandemia del Covid-19). Además, las estadísticas del INEI muestran que el año pasado 233,000 empresas se dieron de baja. La mayoría de estas fueron mypes. "No ha habido una cifra así en los últimos diez años", asegura Hermoza.

Informalidad en alza

La informalidad, que ya era extremadamente alta en las mypes, sigue creciendo.

Evolución del crédito a mypes*

Tasa de crecimiento anual (%)



*Incluyendo el programa Reactivo Perú.

Fuente: BCR

do. El último dato de ComexPerú señala que el 86.3% son informales. Cifra que supera a la registrada en el 2019 (83.8%). "Ante la constante falta de ingresos y cambios en la regulación, muchas mypes han pasado a la informalidad", agrega Fernando Calmell Del Solar, presidente de la Asociación de Emprendedores del Perú (ASEP).

Para evitar la quiebra, otros microempresarios están optando por reducir el tamaño de sus negocios y el número de trabajadores. Al cierre del 2023, las mypes reportaron 8.3 millones de trabajadores (48% de la Población Económica Activa (PEA)). Dicho número es 2.4% menor al del año previo y 4.7% inferior al del 2019. "En el sector textil no hay un crecimiento sostenido. No podemos decir que hemos salido de la recesión y no vemos medidas reactivadoras", reclama Susana Saldaña, presidenta de la Asociación Empresarial Gamarra Perú.

Al respecto, Juan Carlos Odar, director gerente de Phase Consultores, acota que la mejora de la economía local se está dando con más lentitud en sectores como construcción y comercio; justamente, los más vinculados a la actividad de las mypes. "Eso refleja su baja dinámica", explica.

Intentos fallidos

Las medidas anunciadas por el Gobierno han tenido poco impacto para revertir el escenario descrito. "Se requiere ejecutar medidas más directas y efectivas", cuestiona Saldaña.

En general, los voceros del sector señalan que las medidas gubernamentales adolecen

Según cifras del INEI, el año pasado 233,000 empresas se dieron de baja. La mayoría eran mypes.

de diseños inadecuados y barreras burocráticas. El programa 'Impulso MyPerú' ha permitido hasta el momento desembolsar créditos a 182,682 empresas. Un alcance limitado, si se toma en cuenta que en el Perú hay 8 millones de mypes.

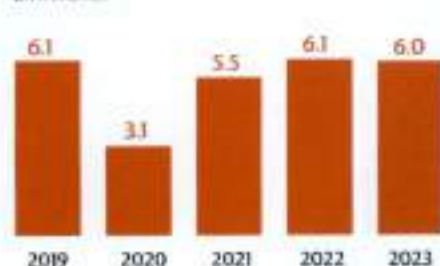
Saldaña afirma que los préstamos MyPerú no han llegado a los diferentes conglomerados de emprendedores del país, donde se desarrollan las mypes. Las entidades microfinancieras mantienen hasta ahora la cautela en el otorgamiento de financiamiento a las mypes, dado el aumento de su morosidad. Y, en lo que va del año, este tipo de créditos se vienen desacelerando (ver gráfico). A pesar de los recortes de la tasa de referencia del Banco Central de Reserva (BCR), el costo de los créditos a las mypes ha subido en los últimos 12 meses, como remarca Arturo García, profesor del programa de Finanzas de ESAN.

El manejo de los programas de compras públicas es otro que genera descontento entre los gremios de mypes. Valeria Mezarina, presidenta de la Asociación Peruana de Industriales Confeccionistas (APIC) de Gamarra, explica que el Ministerio de la Producción ha puesto requisitos demasiados burocráticos para participar en el programa 'Compras a MyPerú' y ha permitido la postulación de mypes extranjeras. "Necesitamos reactivarnos y esas medidas son contraproducentes", agrega.

A estas trabas se suman otras amenazas para las mypes, como la creciente inseguridad, el potencial nuevo aumento del salario mínimo, la incertidumbre política y escenarios de competencia desleal. "Han perdido la confianza", resume Calmell Del Solar.

Los voceros del sector reclaman un Ejecutivo más proactivo. Y, como recuerda HERNÁNDEZ, diversas entidades públicas mantienen con sus proveedores cuentas por pagar por más de S/10,000 millones. Honrar esas deudas sería un buen primer paso. ■

Número de mypes* que operan en el país
En millones



Fuente: BCR

TRENES DEMORADOS

El tiempo pasa y las líneas 3 y 4 del Metro de Lima siguen en la misma estación. La Autoridad de Transporte Urbano no logró un avance significativo en sus estudios previos. Y, ahora, el fideicomiso de titulación recién podría funcionar en el 2026.



POR JUNIOR MIANI

El desarrollo de los proyectos de las Líneas 3 y 4 del Metro de Lima con el financiamiento de fondos de un fideicomiso de titulación está lejos de arrancar. La iniciativa propuesta por la presidenta Dina Boluarte, en su discurso de 28 de julio del 2023, no sólo parece haber perdido interés (SE1923), sino que, tras más de un año, los avances registrados son ínfimos.

Las Líneas 3 y 4 empezaron a ser una prioridad para el Estado Peruano en el 2017, durante el gobierno del expresidente Pedro Pablo Kuczynski. Dicha gestión financió los estudios de factibilidad. Tres años después, la Línea 3 ingresó al pipeline de proyectos del Plan Nacional de Infraestructura.

En el 2020, las experiencias positivas de los Juegos Panamericanos y la Reconstrucción con Cambios gatillaron un auge de los acuerdos de Gobierno a Gobierno (G2G). Ello motivó al entonces presidente, Martín Vizcarra, a anunciar que ambas líneas serían construidas usando dicho mecanismo.

Ya en la gestión de la presidenta Boluarte, el interés por impulsar las Líneas 3 y 4 resurgió a raíz de una coordinación entre la Municipalidad Metro-

politana de Lima y el Ministerio de Economía y Finanzas. Una fuente con conocimiento directo de la toma de decisiones en el Ejecutivo aseguró a esta revista que el alcalde de Lima, Rafael López Aliaga, le propuso al entonces ministro de Economía y Finanzas, Alex Contreras, armar un fideicomiso de titulación

para las Líneas 3 y 4. El objetivo era que el fideicomiso también cubra el financiamiento de las fases iniciales de los proyectos. "Un gran error al desarrollar infraestructura en el Perú es no hacer [los expedientes técnicos y la ejecución de] los proyectos en paralelo", agrega la fuente a la que accedió SEMANA económica.

El Ministerio
de Economía
y Finanzas aún
no le asigna
a la ATU el
presupuesto para
financiar los actos
preparatorios

Fideicomiso demorado

Desde la creación formal del fideicomiso, en diciembre del 2023, el instrumento no ha sido puesto en práctica y todo indica que no estará operativo en el corto plazo. El plan del Estado es construir ambas líneas mediante acuerdos G2G y que la Autoridad de Transporte Urbano para Lima y Callao (ATU) contrate los Project Management Office (PMO) desde los actos preparatorios. Es decir, que contrate la elaboración de los expedientes técnicos, los estudios de impacto ambiental, la liberación de interferencias y la adquisición de predios, así como su ejecución.

El problema es que el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) aún no le asigna a la ATU el presupuesto para financiar dichos actos preparatorios. Una condición ineludible para que el fideicomiso pueda funcionar. "Concluidas estas actividades, se podrán realizar las gestiones para



la constitución del fideicomiso de titulación", señaló la ATU, en un comunicado institucional, a esta revista.

El fideicomiso se conformará con los pagos que efectúe la ATU, la recaudación de las tarifas de los usuarios y otros proyectos, donaciones y transferencias que reciba dicha institución. Con el dinero, el fideicomiso será capaz de emitir valores que serán transferibles libremente. La deuda sería adquirida y cubierta por las propias Líneas 3 y 4.

Pero esperar a la culminación de los actos preparatorios para constituir el fideicomiso, como se prevé, impediría aprovechar las virtudes de la modalidad G2G, que permite iniciar la ejecución de la obra en paralelo a la elaboración de los actos previos. "Pareciera que quieren partir el proyecto en dos, antes y después

del fideicomiso. Eso sería un error", advierte la exministra de Transportes y Comunicaciones, Paola Lazarte.

La división del proyecto podría generar, por lo menos, una demora de dos años para iniciar las obras. "Están pendientes el presupuesto, que se contrate al PMO, la ingeniería, el instrumento de gestión ambiental y la liberación de predios. Eso te va a tomar todo el 2025 y parte del 2026", estima el socio de Cuatrecasas, Aldo Reggiardo.

Riesgos fiscales

Las Líneas 3 y 4 del Metro requerirán una inversión aproximada de US\$ 10,740 millones. Así, de financiarse mediante deuda, a través del fideicomiso, representarían un riesgo fiscal a largo plazo. "Que quieran tomar endeudamiento y no registrarlo

como deuda pública es pasar por encima de las reglas fiscales. Al inicio pueden no registrarlo, pero ya tomaron la contingencia. Los riesgos son públicos y las obras son públicas, es indiscutible", critica Alonso Segura, presidente del Consejo Fiscal.

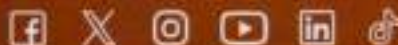
El monto contemplado, sin embargo, todavía podría crecer. Ello debido a que los cálculos se han realizado a nivel de estudios de preinversión y factibilidad. Ninguna de las líneas es autosostenible al 100%, por lo que el Estado deberá financiarlas parcialmente, como advierte Camilo Carrillo, *associate partner* de Infraestructura de EY Perú. Para Carrillo, sin embargo, el endeudamiento sería una buena salida. "Una línea de metro puede aumentar el PBI de Lima entre el 0,5% y el 1%. Lima representa el 30% del PBI del Perú", argumenta.



SEMANAeconómica

Las más importantes primicias empresariales
y el mejor análisis del mercado para los
tomadores de decisiones del Perú

Síguenos en



Sectores y Empresas

ACROPECUARIO

Sol para los agricultores

Tras uno de los años más difíciles para el sector, la agricultura tradicional y las agroexportaciones por fin volverán a mostrar resultados positivos.

El sector agropecuario empieza a dejar atrás los golpes propinados por el Fenómeno El Niño. La producción del sector bordeará el 4% este año, según las proyecciones de Scotiabank. "El 2023 fue uno de los peores años en las últimas dos décadas para el sector, pero este año tenemos una mejor situación, con crecimientos en la producción", cuenta el ex titular del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri), Juan Manuel Benites.

Los cultivos orientados al mercado interno, como el arroz, la papa y la cebada, serán los más destacados (ver gráfico). La Encuesta Nacional de Intención de Siembra del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego proyecta que en la campaña 2024-2025 —que inicia este mes y culmina en julio del próximo año— serán sembradas 2,1 millones de hectáreas de cultivos. La cifra es 4,1% mayor a la campaña previa y 4,3% superior al promedio de las últimas cinco campañas. "A pesar de que el sur del país tendría temperaturas un poco más frías [por el Fenómeno La Niña], los agricultores están previendo que van a poder cosechar. Quieren recuperar las pérdidas del 2023", revela el exdirector de Agrorural, Marco Vinelli.

Las agroexportaciones también cerrarán el

Intenciones de siembra de los principales cultivos agrícolas*

En %



*Comparado con el promedio de las siembras reportadas en las cinco últimas campañas agrícolas.

Fuente: Encuesta Nacional de Intenciones de Siembra 2024-2025 del Midagri

año con resultados positivos, impulsados principalmente por los precios. De acuerdo con Scotiabank, estas cerrarían el año con un crecimiento de 6%, hasta alrededor de US\$9,700 millones. Los productos que brillarían en esta campaña serían aquellos más afectados en el 2023 por las altas temperaturas: la palta, las uvas, los arándanos y el café.

La campaña agrícola 2024-2025 será 4% mayor

Los riesgos climatológicos que aún asoman en el horizonte son acotados. Entre ellos están las sequías en el sur, que han generado escasez y un fuerte incremento del precio del ajo, y que además afectarían a otros productos como el kion, la paprika y la cebolla.

El sur así cuenta con reservas hídricas que permitirán mitigar los efectos de la sequía, en caso de que estas continúen. "Los niveles de abastecimiento de las represas de la costa sur están por encima del promedio de los últimos cinco años", dice el Senior Manager de Estudios Económicos de Scotiabank, Pablo Nano.

La sequía, sin embargo, no ha sido el único factor que ha gatillado la subida de precios. En ello han incidido los altos costos de operación y de mano de obra. "En la campaña de Arequipa, activa en agosto y septiembre, la decisión de siembra fue 20% o 30% menor, especialmente en el ajo", explica el analista senior de Fresh Fruit, Abel Pérez. La normalización del precio del ajo y otros productos afectados empezaría en dos o tres meses, cuando inicie la cosecha en otras zonas. (CGC)



Archivos

"Hemos mirado toda la cadena de valor y hecho ajustes"

Marcos Mattiello, gerente general de Siderperú, explica cómo el rediseño de su estrategia de costos le permitió a la siderúrgica mitigar el frenazo de la construcción. Hoy, es optimista sobre las cifras de cierre del año.



SEMATAeconómica

¿Cómo está enfrentando Siderperú la desaceleración del sector construcción?

El 2023 fue bastante complicado. Hubo manifestaciones sociales, eventos climatológicos y recesión. Llegué al Perú a mediados del año y tuvimos que ajustar la estructura de costos y eficiencias. La construcción se viene recuperando, pero no como nos gustaría especialmente, en autoconstrucción. Entonces, ese trabajo nos está permitiendo mejorar los resultados.

¿Qué ajustes realizó Siderperú?

Hemos mirado toda la cadena de valor y hecho ajustes en suministros, competitividad, control de capital de trabajo e inventarios.

Hicimos la tarea desde casa, frente a un escenario que no controlamos. Lo digital nos está ayudando también, en la cadena de metálicos y procesos industriales.

¿A qué iniciativas digitales se refiere?

Una de las principales es Sider Express, una plataforma digital que conecta al usuario final con los distribuidores, no sólo para el acero, sino para otros materiales. Es como un Uber de la construcción. En 2023 facturamos US\$2 millones a través de la plataforma y, este año, estamos en ritmo de duplicar ese ingreso.

¿En dónde se concentran las inversiones de Siderperú?

El principal foco ahora es la laminación. Son más de US\$24 millones [de inversión] aprobados. Ya inauguramos el primer laminador en la planta de Chimbote y el segundo estará antes de finales de año. Con ello, incrementaremos en 12% la capacidad de producción de barras para construcción.

¿Cómo espera cerrar el 2024 Siderperú?

El '24 es bastante alentador. En utilidades tenemos 2.5 veces más y, en ebitda, 70%. Eso nos da una buena perspectiva para el año. Esperamos que el país siga retomando su crecimiento, pero nuestra sólida situación financiera nos permite estar preparados para cualquier escenario. (CCC)



TELECOMUNICACIONES

SE ACERCA EL 5G

Tras cuatro años sin tener éxito en el reordenamiento de la banda 3.5Ghz ni en su licitación, el gobierno busca que, finalmente, esta tecnología empiece a desplegarse en el país en el 2025. Esta semana, el Consejo de Ministros aprobó un decreto legislativo para acelerar las inversiones y el despliegue del

5G. "Estamos en quinto lugar en la región en 5G. En algún momento, hace diez años, estuvimos en el primer lugar con el 4G. Necesitamos recuperar esa posición competitiva", resaltó el titular del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), Raúl Pérez Reyes.

El decreto planteará un mecanismo para reordenar la banda 3.5 Ghz. Y, en paralelo, asignar directamente las frecuencias a Telefónica, Claro, Entel y Bitel. "Algunas ya utilizan

esta banda, pero sus licencias vencen en el corto plazo. No hay incentivos para invertir en 5G", señala la exviceministra de Comunicaciones, Virginia Nakagawa. **Con esta decisión, el encargo quedaría en manos del MTC y ya no de ProInversión, como se tenía previsto en un inicio. Para los jugadores del sector, la medida ayudará a que "la asignación del espectro sea en un menor plazo", comentó Telefónica a esta revista.**

Así, la adjudicación estaría lista en el '25 y las 'telcos' podrían iniciar el despliegue de la infraestructura 5G que les permita cubrir la conectividad vinculada a los Juegos Panamericanos del 2027, uno de los requerimientos planteados por el MTC. En paralelo, se definirán los compromisos de

inversión en 4G, que incluirán la cobertura de ciertos puntos de la Paramericana Norte, Sur y otras carreteras a nivel nacional.

Para que el MTC pueda evaluar la dimensión de los compromisos primero requerirá terminar de valorizar el espectro. En el 2021, el monto referencial oscilaba entre US\$1.000 millones y US\$1.100 millones, pero hace unos meses, ProInversión ajustó la cifra a US\$845 millones. "Es una cifra muy elevada, considerando que las empresas no han tenido

los mejores resultados los últimos años. Si no se ajustan más, las operadoras podrían devolver el espectro, como ha pasado en otros países", advierte el exvicepresidente de Ooptel, Manuel Cipriano. El cierre de año permitirá determinar si el decreto surtió los efectos deseados. (ASU)

"Necesitamos recuperar la posición competitiva [en 5G]"

RETAIL

¡LEVEN ANCLAS!

Una tímida recuperación asoma en el segmento de tiendas por departamento. **Luego del complicado momento que atravesó dicho formato (SE1902) —habían registrado 14 meses continuos de disminución en sus ventas— en mayo creció 4.4%, según datos del Ministerio de la Producción (ver gráfico).**

Detrás de la leve mejora están los buenos resultados del Día de la Madre 2024. El año pasado, dicha campaña no logró alcanzar las ventas esperadas por el sector retail, en un contexto de recesión económica. "El 2023 no fue bueno, definitivamente. El IT24 tampoco, pero en el 2T24 sí hubo un pico, que fue la campaña de mayo. Uno de los principales canales para comprar regalos fueron las tiendas departamentales: hubo un incremento de 6.9% en cosméticos y de 11.6% en vestuario y calzado", explica la presidenta del Gremio de Retail y Distribución de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Leslie Passalacqua.

El inicio de la temporada de invierno también está favoreciendo al sector. A diferencia del 2023, cuyo invierno fue cálido, este año las bajas temperaturas impulsan la venta

de prendas de vestir más abrigadoras, que representan poco más del 60% de los ingresos de este segmento. "El crecimiento que estamos planificando hoy en las tiendas por departamento está muy enfocado en el vestuario", reconoció en junio pasado el country manager de Falabella Perú, Alex Zimmermann, en entrevista con SEMANA Económica (SE1918).

La recuperación aún es mínima, pero el ritmo continuará durante el resto del año. "Para el cierre del 2024, esperamos un crecimiento de ventas para las tiendas departamentales cercano al 2%. Comparado al

2023, donde hubo un decrecimiento del 11%, en esta segunda mitad del año existen mejores expectativas, debido a un

efecto base", sostiene el analista senior del Departamento de Estudios Económicos de Scotiabank, Carlos Asmat.

La mejora en el nivel de consumo, producto de la liberación de los fondos de la AFP y la CTS, respalda las proyecciones positivas. A ello se suman las mejores expectativas para los cybers, puntualiza Passalacqua, de la CCL. En el último Cyber Wow —realizado entre el 15 y 18 de julio—, el ticket de compra creció en 124% y las ventas virtuales experimentaron un crecimiento del 230%, según Interactive Advertising Bureau Perú, organizador del evento. **(AÑO)**

Tras 14 meses continuos de disminución en las ventas, en mayo crecieron 4.4%

Ventas de tiendas por departamento

En var. %



CONSUMO

BOOM SALUDABLE

El nicho de alimentos y productos naturales continúa creciendo y atrayendo nuevos clientes. **Así, ante un consumidor más informado y con mayor interés por llevar un estilo de vida saludable, las marcas empiezan a diversificar su oferta y a expandirse.** "Comer saludable ya dejó de ser hace muchos años sólo una irrupción. Hoy, ya podemos hablar de un nicho consolidado, que viene creciendo de manera consistente", afirma el gerente general de Pickadelí, Víctor Hugo De La Cruz.

Las demandas de un consumidor que hoy es más exigente han obligado a los jugadores a buscar una mayor diferenciación en su oferta. "Al consumidor le importa mucho más el sabor que el beneficio saludable por sí mismo. Ese es el futuro de este mercado: brindar salud con sabor", explica Pedro Pablo Talledo, gerente general de la cadena de biomarkets La Sanahoria.

Además, la oferta de productos saludables ya no sólo está limitada a la categoría de alimentos. Existe hoy una mayor cantidad de marcas que abarcan distintos rubros, como belleza, salud e, incluso, mascotas. "Antes eran pro-

ductos más generales, como el cacao o el café orgánico, por ejemplo. Ahora, con el crecimiento del mercado, tenemos una mayor variedad y especialización de productos. Cuando nació Lima Orgánica, teníamos alrededor de 12 restaurantes aliados. Hoy, contamos con más de 170 marcas en nueve categorías distintas", detalla el CEO de Lima Orgánica, Ludho Carbajal. Durante el 1S24, la tienda online empezó a atender el canal horeca, lo que impulsó un crecimiento en su facturación de entre 30% y 35%.

La consolidación de este nicho ha llevado a las marcas a abrir más locales y buscar formas de expandirse de acuerdo a las necesidades de sus consumidores. Por ejemplo, la marca cusqueña de

hierbas medicinales Jampin tiene entre sus planes abrir su primer local propio en Lima durante este 2024, cuenta su fundadora Shirley Carreño.

La cadena de restaurantes Pickadelí desarrollará formatos más pequeños de tiendas. "Serán locales desde 20 m² que podremos adaptar tanto para locales puerta a calle como en centros comerciales. Son formatos que requieren una menor inversión, pero tienen la posibilidad de escalar de manera mucho más agresiva y nos permiten estar más cerca de nuestro consumidor", revela De La Cruz. **(AÑO)**

El mercado de lo saludable ya dejó de estar enfocado sólo en la alimentación



CR-V
ADVANCED
HYBRID

LLEGÓ LA NUEVA CR-V ADVANCED HYBRID, LA PRIMERA SUV HÍBRIDA DE HONDA EN PERÚ

El miércoles 7 de agosto Honda presentó su nueva camioneta híbrida, la CR-V Advanced Hybrid. Con un motor eléctrico de 182 caballos de fuerza (HP) y un torque de 335 N·m, es la SUV más potente que ha sacado la marca japonesa.

La CR-V Advanced Hybrid se ha centrado en tres aspectos fundamentales:

• **Cuidado del medioambiente:** El motor eléctrico cobra protagonismo en los momentos que más se utiliza la SUV (aproximadamente 70% del tiempo), este se alterna con el motor a combustión en función a la necesidad del vehículo. Otra consecuencia y beneficio para el medioambiente: las emisiones de CO₂ son reducidas en más de un 50%.

• **Sensación de manejo Fun to Drive:** Por su potencia tiene una aceleración bastante deportiva, lo que deviene en una sensación de manejo divertida y entretenida.

• **Eficiencia en el consumo de combustible:** La destacable tecnología eHEV (creada por Honda), es un sistema híbrido que aprovecha al máximo el motor eléctrico, garantizando un menor consumo de gasolina. ■



Makoto Saiho Presidente ejecutivo de Honda del Perú y **Jorge Oshiro** Director comercial de Honda del Perú



“El problema con Lima Top es que hay sobreoferta”

Victor Gálvez, director de Andiamo Inmobiliaria, remarca el descalce generado por una exponencial oferta que no crece al mismo ritmo que las ventas del sector. La compañía apostará por distritos como Chorrillos, Magdalena y Jesús María.



SEMANA ECONOMICA

¿Cómo evolucionó la venta Andiamo Inmobiliaria en el primer semestre?

Para este año, Andiamo se propuso aumentar sus ventas en un 30% frente al 2023. El 1T24 fue bastante duro, no coincidimos con nuestras metas. Pero el 2T24 fue mucho mejor. Se han colocado muchos más departamentos que lo esperado y ya estamos cerca del objetivo anual. Este año colocaremos los departamentos que teníamos como meta y pronosticamos que el próximo año podremos colocar, incluso, un poco más.

¿Por qué fue tan bajo el 1T24?

Los comienzos de año no son los mejores momentos para colocar departamentos. Para

mediados de año, ya se ven cambios.

¿Cuál es la zona donde observan que existe una mayor demanda?

Lima Moderna tiene bastante dinamismo. El problema con Lima Top es que hay sobreoferta.

¿Esto pondría en riesgo la rentabilidad de los proyectos en esa zona?

Eso sería más [un riesgo] en Barranco y San Isidro. Desde el 2018, en Lima se vendían 16,000 unidades al año, en promedio. Y habla 25,000 unidades en oferta. Y, hoy, son aproximadamente 40,000 unidades, debido a que hubo una paralización en la pandemia [del

Covid 19]. Hoy, existe un 25% más de oferta y las ventas del sector sólo crecieron en un 3%.

¿Eso implica menor rentabilidad?

Los precios se han mantenido, porque, si no, los proyectos van a [provocar] pérdidas. Pero, si tardan más en vender, eso genera que las rentabilidades que no se fondearon correctamente bajen por valor del dinero en el tiempo.

¿Qué nuevos proyectos tiene Andiamo Inmobiliaria?

Hemos encontrado un nicho en Chorrillos, en la Av. Huaylas, donde no hay mucha oferta. También pensamos en distritos como Magdalena y Jesús María. (JM)

CORPORATIVOS DE ALTO VOLTAJE

En contraste con las dificultades que atraviesa el sector automotriz, la venta de vehículos electrificados –100% eléctricos e híbridos– sigue creciendo aceleradamente. Mientras el mercado de autos livianos cayó 13% durante el 1S24, la venta de autos electrificados creció 60%, según cifras de la Asociación Automotriz del Perú.

Uno de los drivers que impulsa dicho crecimiento es el mayor interés de las compañías por incorporar autos híbridos y 100% eléctricos.

a sus flotas corporativas.

Cada vez más empresas –principalmente multinacionales– tienen entre sus objetivos disminuir sus gases de efecto invernadero. “Estamos trabajando para convertirnos en una empresa carbono cero e implementar una flota de vehículos eléctricos es uno de los pasos más importantes que hemos dado para lograrlo”, detalla Ariel Haro, regional sustainability manager del Grupo Bimbo. La panificadora planea adquirir vehículos eléctricos en el Perú en el corto plazo.

Otro caso

es el de DHL Express. El 15% de su flota está compuesta por vehículos totalmente eléctricos y proyectan llegar al 22% el próximo año. “Tenemos una misión clara: que al 2030, al menos entre un 50% y 60% de nuestra flota sea eléctrica”, sostiene el gerente de venta para canal corporativo y regiones de DHL Express,

Daniel Urbina.

Pese al mayor interés, la venta de vehículos eléctricos aún está limitada por los altos precios de compra, la falta de cargadores públicos y su reducida gama, explica el gerente general de Arval Perú, Jaime Pinillos.

Las compañías automotrices están adaptando su oferta para solucionar las limitaciones propias del mercado peruano. Por ejemplo, ofrecer más ve-

hículos híbridos. “El 25% de las ventas de nuestros híbridos es para uso corporativo. El interés es grande. Apenas se presenta alguna opción interesante, las empresas la van a evaluar. Entonces, es importante ir dándole soluciones más variadas a las compañías”, sostiene el subgerente de Planeamiento y Producto de Toyota Perú, Joel Castillo.

Otra opción es vender autos cuya tecnología les permite autorrecargar-

se. En el 2023, Nissan lanzó su primer auto eléctrico, Nissan X-Trail ePower, que posee dicha característica. “Tenemos muchas empresas preguntando por la tecnología y probando los autos, porque les parece una solución práctica”, puntualiza el CEO de Nissan Perú,

Jaime Obreros. (AÑO)

La venta de electrificados creció 60% durante el 1S24



PREMIO A LA EXCELENCIA 2023: RIMAC RECONOCIÓ LAS MEJORES PRÁCTICAS EN PREVENCIÓN

La prevención de riesgos es un pilar fundamental en la sostenibilidad de las empresas. Con el objetivo de reconocer el compromiso de las organizaciones con una cultura de seguridad y salud en el trabajo, RIMAC realizó una nueva edición de su Premio a la Excelencia, el cual ya lleva 17 años reconociendo las mejores prácticas corporativas en prevención. En esta ocasión la aseguradora reconoció a aquellos clientes corporativos que lograron mantener el más alto estándar en su gestión de prevención de riesgos laborales, implementación de mejores prácticas de prevención y promoción de una cultura innovadora alrededor de la seguridad en el trabajo.

Este premio evalúa la implementación de soluciones creativas e innovadoras para reducir el riesgo de accidentes laborales y enfermedades profesionales. Además, también valora su capacidad para perdurar en el tiempo y ser replicables en otras organizaciones.

La premiación contó con tres categorías y en total fueron galardonadas 22 empresas de diversos sectores como minería, pesca, agroindustria, construcción, manufactura y servicios. En la categoría de Mejor Gestión Integral de Riesgos Laborales, empresas como Dangier, Straton, Grupo Ferreycorp, entre otras, gracias a su destacable desempeño y gestión en el 2023, ganaron el premio oro dentro de sus rubros. También se premiaron a empresas como Nestlé, ganador al premio bronce, y Cumbra, ganador del premio plata. En la categoría de Mejor Gestión Integral de Riesgos Patrimoniales, Perufarma y Tecnología de Materiales ganaron el premio oro.

Y finalmente en la categoría de Mejor Iniciativa Empresarial en Prevención de Riesgos Laborales, cinco empresas fueron premiadas con el máximo reconocimiento, oro, por su creatividad e innovación en la prevención de riesgos: Antamina, Antapaccay, Aceros Arequipa, Representaciones Martín y Cozmox Agencia Marítima. ■



Southern Peak Mining ganadores al premio bronce junto a su Gerente General, **Adolfo Vera Fernandez**, **Alejandro Nuñez**, Gerente Comercial Corporativo RIMAC y **Juliana Huayllasco**, Gerente de Bienestar y Salud en Lockton.



Dangier ganador al premio oro junto a su fundadora y CEO, **Rosario Bazan**, **Carlos Felipe Rizo Patron**, Vicepresidente Comercial Corporativo RIMAC, **Alejandro Nuñez**, Gerente Comercial Corporativo RIMAC y **Roberto Leon**, Vicepresidente de Salud RIMAC.



Mario Potesta, Vicepresidente Ejecutivo de Seguros Empresariales RIMAC, **Maria Teresa Braschi**, **Roberto Leon**, Vicepresidente de Salud RIMAC y **Pablo Yarmuch**, Vicepresidente Ejecutivo de Salud RIMAC.



Antapaccay ganador al premio oro junto a su Gerente de Proyectos, **Alberto Morote**, **Mario Potesta**, Vicepresidente de Seguros Empresariales RIMAC y **Pablo Yarmuch**, Vicepresidente Ejecutivo de Salud RIMAC.



Equipo de Prevención de Riesgos Laborales RIMAC

Economía y Finanzas

SERGIO ESPINOSA, TITULAR DE LA SBS

“Creo que sí [hay espacio para una ley fintech]”

Para el nuevo jefe de la SBS, la regulación de las *fintech* debe discutirse con la SMV y el MEF. Además, afirma que hay margen para elevar la competencia financiera.

Hace un mes fue designado como nuevo titular de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS). ¿Qué prioridades tendrá su gestión?

La primera es una reorganización administrativa, que no es simple ni corta, pero que ya emprendimos. La segunda es relacionarnos más y mejor con otras instituciones del Estado y con el público, en general. En tercer lugar, hay que repensar cosas en sectores como el microfinanciero y el de consumo. Se necesitan ajustes al marco legal, que permitan consolidaciones o mejoras en la administración, de cara al tamaño que van adquiriendo y al hecho de que la economía ya no crece al 5% o 6%, como antes.

¿Por dónde irán dichos ajustes?

Tenemos cosas como la forma de designar el directorio de una caja municipal, a través de la mayoría del concejo. Confide, la Iglesia, la asociación de microempresarios. Eso hace que los directorios sean representativos de la comunidad, pero sin tener el nivel de conocimientos técnicos adecuados para manejar la institución. Otro tema es la posibilidad de incorporar socios estratégicos (en las cajas). Si bien la ley lo permite, no ocurre. Deberíamos pensar si se puede incrementar el porcentaje que puede adquirir

un tercero, sin que le quite el control y el nombre de caja municipal. Y, después, ver mecanismos para promover la fusión de cajas. Hay regiones donde claramente podría haber una unión de dos o tres cajas y podría ser mejor para todos.

Las entidades operan en entornos cada vez más digitales. ¿Habrá regulaciones específicas?

La ley permite que una institución supervisada por la SBS tenga todas sus operaciones por canales digitales, sin necesidad de una oficina. ¿Dónde falta complementar? En el mundo *fintech*, donde, salvo casos muy específicos, no hay legislación, supervisores competentes ni un marco donde puedan pedir apoyo para su desarrollo.

“Hay una concentración importante en ahorros y depósitos. Por el lado de créditos, no”

¿Hay, entonces, espacio para una ley *fintech*?

Sí, yo creo que sí. Es un tema que tiene que ser discutido probablemente con la Superintendencia del Mercado de Valores y con el Ministerio de Economía y Finanzas.

¿La SBS debería tener un papel más activo para generar competencia?

Si bien es cierto que hay una concentración importante por el lado de ahorros o depósitos, por el lado de créditos no necesariamente es así [...]. Yo sí creo que hay margen para trabajar por mejores niveles de competencia, que permitan que el mercado, en su conjunto, sea atractivo para otros actores. Un ejemplo interesante es lo que se logró, en gran parte gracias al BCR, para la interoperabilidad de productos como Yape o Plin. Eso permite competir en igualdad de condiciones.

¿Cómo evalúa el nivel actual de endeudamiento?

Según las mediciones que hacemos, no tenemos un problema de sobreendeudamiento general. Estamos por debajo del 30%, que es el estándar internacional. Pero hay sectores en los que se pasa [ese estándar], como pequeñas y microempresas, y consumo. Allí hay que tener mayor cuidado. (MAPTOT)



SEMANA Económica



MERCADO DE VALORES

Papeles y Valores Credicorp

Tras la breve turbulencia generada por resultados del 2T24 que estuvieron por debajo de lo esperado, la acción se recuperó y mantiene perspectivas de un *upside* hacia fin de año.

Evolución de la acción de Credicorp En US\$



*A 15 de agosto

Precio de cierre vs. precio objetivo



Fuente: BVL - canvas del bolsa.comunicación

La acción de Credicorp, que actualmente cotiza en torno a US\$166, mantiene *upside* potencial que se iría materializando hacia el cierre del 2024, mientras se cumplan las previsiones respecto a la economía peruana y la mejora de la calidad de su cartera. "En la medida que los indicadores adelantados muestran una recuperación de la demanda, niveles de US\$173 podrían verse de aquí hasta el siguiente balance de fines de octubre", anticipa Daniel Romero, gerente general de Diviso SAB.

El papel experimentó volatilidad luego de la publicación de los resultados del 2T24, que estuvieron por debajo de lo esperado. La utilidad neta cayó 4.4% interanual, en línea con provisiones aún altas y la exposición al sector microfinanciero (a través de MiBanco), que atraviesa un periodo de alta morosidad. "Pese a que puede haber ciertos desafíos, no hay algo preocupante para la acción", remarca Sebastián Cruz, analista senior de Research de Seminario SAB. Tras su reporte de resultados, el precio cedió un 1.76%, pero no tardó en revertir en la jornada siguiente.

Seminario SAB, Intéligo y Larraín Vial recomiendan comprar; Diviso SAB, mantener

Hacia adelante, las mejores perspectivas para el 2S24 darían impulso a la cotización. En general, los analistas que siguen la acción estiman que Credicorp cumpliría con sus directrices del 2024. Entre ellas, un ROE de 17%.

Esto se daría en un contexto de recuperación económica más sostenida y extendida más allá de los sectores primarios. Un escenario que ya ha empezado a asomar en el crecimiento de sus préstamos. "Si bien sus ganancias fueron menores a lo esperado, los indicadores de estructura financiera fueron positivos. Eso nos indica una mejora respecto al 1T24", señala

Brian Huaytalla, analista de Estudios Económicos del Grupo Coril SAB.

Al cotizar doblemente (BVL y NYSE), la acción de Credicorp también se ve afectada por los movimientos de mercado en Estados Unidos, como

la reciente caída del 'lunes negro'. Aun así, Credicorp está por debajo de su valor fundamental para el consenso de analistas (US\$186). La recomendación de Diviso SAB es mantener, mientras que Seminario SAB, Intéligo SAB y Larraín Vial recomiendan comprar. (JTV)

BONOS

VENTANA ENTREABIERTA

Las expectativas sobre el inicio de recortes de tasas de la Fed y la continuidad de recortes del BCR abren una nueva ventana de oportunidad para las emisiones, que, sin embargo, no podría ser aprovechada del todo por el mercado local, debido a la ausencia de emisiones largas.

Actores importantes del mercado de capitales local, como Credicorp Capital, Scotia Wealth Management e Intéligo SAB, perciben mayor actividad e interés. "Ya tenemos pedidos de emisiones para ver dónde hay más demanda y salir a emitir", señala Jorge Ramos, gerente general de BBVA Bolsa, quien anticipa que durante 3T24 y 4T24 habrá más actividad que la prevista.

Sin embargo, las emisiones de largo plazo seguirán siendo escasas, debido a factores como la acotada demanda por parte de los inversionistas institucionales (como las AFP) y la incertidumbre general sobre el futuro del país. Según Eliot Aguirre, head de Renta Fija en Perú de SURA Investments, si bien existen algunos emisores que tienen interés y programas de emisiones listos, no se observa una intención de acelerarlos.

Las emisiones de corto plazo, con miras principalmente a refinanciar la importante carga de vencimientos en octubre y noviembre, aprovecharían las mejores tasas. El 88% de emisiones locales en 2024 son de corto plazo y el sector financiero representa 80% del total. "Los emisores corporativos podrían tomar ventaja con emisiones de plazos cortos para amortizar deuda cara. Esto tiene poco impacto en la inversión. No se aprovecharía por completo la ventana", anticipa el gerente de Estrategia de Inversiones de Scotia Wealth Management, Mario Guerrero. (JTV)

FONDOS MUTUOS

"Duplicamos los fondos de renta fija de mediano plazo en 12 meses"

Antonio Cevallos, CEO de BBVA Asset Management, advierte que los inversionistas que se queden con fondos muy conservadores "se van a perder la fiesta".

En lo que va del 2024, ¿cómo ve BBVA la evolución del mercado de fondos mutuos?

El patrimonio administrado por la industria de fondos mutuos alcanzó los 542.000 millones la semana pasada. Esto significa un crecimiento de 27% en el año. En el caso de BBVA Asset Management, estamos creciendo 30% y hemos ganado una participación de 130 puntos básicos.

¿Qué factores explican esta recuperación de los fondos?

Desde 2023, el BCR empezó a reducir su tasa de referencia, con lo cual disminuyó el rendimiento de los depósitos a plazo. Los fondos mutuos, al tener un portafolio más diversificado y dinámico, han logrado mantener mejores rentabilidades. También se ha visto un aumento de la percepción de riesgo en las microfinancieras, frente a las administradoras de fondos mutuos, que permanecen sólidas.

¿BBVA estima que el avance de los fondos mutuos seguirá?

Esperamos que la tendencia siga siendo positiva. Aún hay vientos de cola que podrían hacer que la industria de fondos mutuos cierre el año con un avance más pegado al 30% o 35%. Hay mucho espacio para crecer en el país, considerando que los fondos mutuos representan sólo 10% de los depósitos en los bancos.

¿Qué tipos de fondos son los más dinámicos?

Este año hemos visto un crecimiento importante en los fondos de renta fija de mediano plazo. En BBVA duplicamos los patrimonios de estos fondos en los últimos 12 meses. Y ese dinamismo [en los fondos mutuos de renta fija] continuará, en la medida que la Fed empiece a bajar su tasa. Eso, a su vez, impulsará los rendimientos de los bonos. Las personas que inviertan con un plazo de dos o tres años y que sólo se queden en fondos muy conservadores [de muy corto y corto plazo] se van a perder la fiesta.

Dentro de los fondos de renta fija, ¿cuáles ve BBVA como los más demandados?

El apetito principal de buena parte de los inversionistas es por fondos de renta fija internacional en dólares, que permiten mucha diversificación, acceso a los mejores managers del mundo y exposición a mercados diferentes al peruano. (MAP)

MACROECONOMÍA

PRUDENCIA EN LAS TASAS PASIVAS

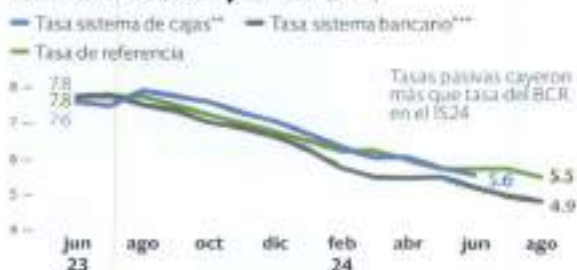
Las tasas pasivas seguirán bajando en los próximos meses, pero a un ritmo más lento. La expectativa de una mayor necesidad de liquidez por parte de las empresas impondrá límites a mayores rebajas.

La expectativa de que la recuperación económica cobre más fuerza hacia fin de año lleva a anticipar mejores campañas para las microfinancieras, más colocación de créditos y más necesidades de fondeo para algunas entidades. En ese sentido, Walter Rojas, gerente central de negocios de Caja Cusco, estima que las tasas no bajarán mucho más.

impulsados por la liquidez extra debido al retiro de los fondos previsionales, un efecto que se irá desvaneciendo. La tendencia sería a la baja, pero a menor ritmo. La oferta de liquidez es mayor por los retiros, sin embargo, habrá necesidad por temas regulatorios, crecimiento y dependencia del fondeo interno, que es más barato", señala Manuel Chacaltana, gerente central de Finanzas y Control de Gestión de Caja Arequipa.

Una consecuencia de estos factores sería que las campañas para captar depósitos con tasas de interés atractivas se mantengan vigentes, aunque posiblemente con tasas más bajas, algo que ya se ha venido observando en las últimas semanas, señala Hermes Holguín, gerente de la división de Finanzas en Caja Trujillo. "Sería

Evolución de tasas pasivas* (en %)



*Se toma como referencia las tasas de depósitos a plazo preestablecidos.

Tasa promedio del mes. *Tasa fija de periodo.

Fuente: BCR, SIB

en el corto plazo.

"Se trabaja con el supuesto de una recuperación que se ha venido aplazando. Hay buenas expectativas sobre la campaña navideña y es mejor tener ese fondeo, pese a que aún hay prudencia en los clientes", señala.

Las tasas pasivas ya han tenido un movimiento agresivo a la baja, en comparación con el ritmo de las rebajas del Banco Central de Reserva (BCR) en el IS24. Entre tanto, los saldos de los productos de ahorro crecieron, también

Se espera que las empresas requieran más liquidez en los próximos meses

una tendencia de reducción más prudente, podrían mantenerse las tasas y luego seguir reduciéndose en septiembre y octubre", agrega.

Por último, la liberación de liquidez de las cuentas de CTS, que tienen pendiente el abono de noviembre, también presionará las tasas al alza. Según Rojas, las entidades financieras podrían buscar subir algunos puntos de sus tasas para CTS con miras a que, por su naturaleza de mayor plazo, no migren a otros productos de ahorro. (JTV)



22° congreso peruano de
gestión de personas

25 26 SEPT.

THE WESTIN LIMA HOTEL

DISRUPCIÓN COMO MINDSET PARA LA GESTIÓN HUMANA

SEMINARIUM

abe
Asociación de
Empresas
de Recursos Humanos

EL EVENTO MÁS IMPORTANTE QUE REÚNE A LA COMUNIDAD PERUANA DE RECURSOS HUMANOS



JOHN BOUDREAU

Keynote speaker / Profesor Emérito de Gestión y Organización
e Investigador Científico Senior del Centro para Organizaciones
Efectivas, Marshall School of Business, University of Southern
California

WORK WITHOUT
JOBS 01

02 WORK DESIGN
AS AGILE
EXPERIMENTATION

NUESTROS SPEAKERS



**Ernesto
Balarezo Valdez**
Sierra Metals



**Ignacio
Brain**
PageGroup Perú



**Borja
Castelar**
Futurista
Autor "Power Skills"



**Patrick
Jones**
Marriott International



**Diego
Macera**
IPE



**Karim
Mitre**
BCP



**Ana Lucía
Mosquera Rosado**
Mosquera Rosado,
Comunicación y Diversidad



**Sergio
Nouvel**
Get on Board



**Nicole
Perret**
Gnosis Coaching
& Consulting



**Miguel
Romero**
Netzun



**Ignasi
Sarsa**
Signature Management
Consultants



**Yamilet
Serrano**
UTEC



**Juan Carlos
Solidoro**
Netzun



**Jorge
Toyama**
Vinatex & Toyama

SPONSORS PREMIUM



CREDICORP

SPONSORS



MEDIA PARTNERS



MicroPunto AS



PARTNERS ESTRATÉGICOS



MÁS INFORMACIÓN: INFORMES@SEMINARIUM.PE • SEMINARIUM.PE

TALENTO Y CULTURA

Despierta el *offboarding*

Actores locales de diversas industrias están apelando al *offboarding* para mejorar su marca empleadora, reducir conflictos laborales y preservar el clima interno.

Las empresas peruanas están elevando su interés por implementar procesos de *offboarding*, como parte de una búsqueda por alcanzar una gestión del talento cada vez más integral. En medio de un mercado local en el que el *offboarding* todavía no está del todo extendido, el reciente interés de las compañías tiene como objetivo fortalecer la marca empleadora, reducir el riesgo de potenciales conflictos laborales y mejorar los indicadores de clima.

El *offboarding*, a diferencia de una desvinculación regular, está diseñado para guiar los últimos pasos del trabajador en la empresa. Algo tan importante como el primer contacto que tuvieron el empleador y el empleado. "Este proceso de transición puede ser muy abrupto. Eso puede generar problemas, tanto para el empleado como para la empresa", advierte David Tirado Echegaray, docente de la carrera Gestión de Recursos Humanos de Cibertec.

Hoy, los sectores que más demandan asesoría para implementar procesos de *offboarding* son los de consumo masivo, financiero, salud, industria y retail. En cuanto a tamaño de empresas, la mayoría tienen más de 1,000 colaboradores, de acuerdo con cifras de LHH Perú. "Sabemos que la salida de un colaborador puede ser una de las situaciones más difíciles en el ciclo de vida del colaborador, pero también de la organización", explica la gerenta de Delivery de LHH Perú, Jimena Díaz Zapater.

El *offboarding*, además, es la última oportunidad de

la compañía para transmitir su propuesta de valor a un colaborador saliente, que, a su vez, la compartirá con otras personas. "La propuesta de valor debe incluir todo el proceso de punta a punta: desde que haces la selección y le das la bienvenida, hasta que se va", enfatiza Renzo Rossi, experto en gestión del talento y Forum Leader de REF.

Así, una última impresión positiva del colaborador puede robustecer a la marca empleadora; un activo clave para atraer al talento, fidelizarlo y facilitar futuras contrataciones. El *offboarding*, por ejemplo, le permitió a Stefanini Group alcanzar una tasa de reingresos del 30%. "Algunas empresas desestiman un poco el proceso de *offboarding*. Sienten que la persona ya no es parte de [esta]. Y no es cierto", dice Cristina De La Cruz, gerenta de Personas y Cultura de la empresa.

La apuesta por el *offboarding* incluso le ha permitido a empresas locales abrir espacios para prevenir conflictos laborales. "Pasamos de tener una o dos demandas [al año] a tener una o cero. La persona siente que se le trata mejor", reconoce Giancarlo Ameghino, gerente de Gestión y Desarrollo Humano del Grupo Crossland.

De cara al equipo que permanece en la organización, el *offboarding* da orden a la transición. Esto previene bajas en su *performance* y permite fortalecer el sentido de pertenencia. En Grupo Unacem, por ejemplo, los indicadores de orgullo y respeto se incrementan a pesar de que alguien deje la organización, según su VP Corporativa de Talento y Cultura, Marlene Negreiros. La última medición de clima del holding registró incrementos en estos indicadores hasta 84 y 75 puntos sobre 100, respectivamente. (MAB)

Los sectores de consumo, finanzas, salud, retail e industria son los que más demandan asesoría para *offboardings*

Pasos de un proceso de *offboarding*

Antes	Durante	Después
- Incorporar el <i>offboarding</i> en las políticas y fundamentos de la empresa - Implementar un sistema de decisiones y un plan de acción - Definir qué colaboradores y áreas formarán parte del proceso - Alineamiento con los líderes para la comunicación efectiva durante el proceso	- Aplicación de una estrategia de comunicación con los colaboradores involucrados - Orientación al colaborador saliente: condiciones de la desvinculación, despedida y entrevista de salida	- Monitoreo y análisis: encuesta de salida - Evaluación del entorno: cómo está el equipo que se quedó

Colaboración propia

"Esperamos superar la meta del 15% del *market share*"

Singerala Zhou, sales director de Oppo Perú, comparte detalles del crecimiento de la marca china en el país, impulsado por la inserción de la inteligencia artificial en sus *smartphones*. Hoy, evalúa la apertura de su primera tienda física.



STANLEY CHEN/REUTERS

¿Qué resultados obtuvo Oppo en el 2024?

El crecimiento [en ventas] fue de más del 20%. La ambición es seguir creciendo por encima del 20% en el 2024. En el 2024 lanzamos la serie Reno 11 y le incorporamos inteligencia artificial (IA). Eso ayudó a que las ventas en este segmento crezcan más del 30%, en comparación con los que no [tienen IA incorporada].

¿Cómo avanza Oppo para cumplir su meta de capturar el 15% del mercado de *smartphones* este año?

Esperamos superar la meta del 15%. Hoy, estamos en torno al 11%.

¿Qué resultados registró su web, Oppo Store, desde su lanzamiento en mayo?

Mes a mes crecemos el triple, porque la base es pequeña. De las ventas de teléfonos, el 80% o 90% son de la serie Reno. Ahora los clientes también compran nuestros accesorios. Tenemos más confianza en que, si abrimos [una tienda física], tal vez a finales de año, más personas podrán disfrutar de nuestros productos.

¿Dónde se ubicará la primera tienda física de Oppo?

Lo estamos viendo. Queremos un lugar que tenga tráfico para atraer a más personas. Un lugar donde atender a más usuarios del nivel [socioeconómico] medio y alto.

¿Qué proyectos desplegarán en este 2024?

Presentaremos teléfonos de gama alta. También incorporaremos IA a algunos productos de la serie A, lo que significa que Oppo brindará estas funciones a más clientes. Ya tenemos IA en nuestro segmento de gama media y alta. Muchas marcas sólo la tienen en sus teléfonos *premium*.

El año pasado las ventas de celulares [SE 1884] se desaceleraron. ¿Cuál es su perspectiva para el cierre de este 2024?

Todos los mercados de celulares [en el mundo] están comenzando a recuperarse. Lo mismo ocurre en el Perú. Las personas tienen más dinero para comprar mejores teléfonos y tecnologías como la IA los motivan a hacerlo. (MAB)

El costo de una marca incoherente



Mauricio de la Rosa,
Partner de Marca y Experiencia de Maribo

Alinear las decisiones de una marca con los valores que persigue suena obvio. Pero hoy, en el mundo empresarial, no lo es tanto.

Construir y desarrollar una marca memorable requiere de tres C's: consciencia, constancia y coherencia. Esta vez, me centraré en la última, que tiene que ver con el alineamiento de las decisiones de una marca con los valores y el propósito que persigue.

Esto suena obvio, pero muchas veces no lo es. A veces, en el mundo empresarial, tomar decisiones coherentes con el propósito declarado puede parecer perjudicial. Sobre todo, si esas decisiones se miden con un número de corto plazo.

Apostar por la coherencia es la mejor decisión. Un ejemplo bien documentado de ello es el de CVS: la cadena estadounidense de farmacias declaraba en su misión "ayudar a las personas en su camino hacia una mejor salud" y, a la vez, vendía cigarrillos en todos sus locales. Esta incoherencia molestaba tanto a líderes como

a trabajadores, pero no había ningún incentivo de mercado para resolverla.

Aún así, en el 2014 CVS tomó la decisión de retirar el tabaco de todas sus tiendas. Esto representaba US\$2,000 millones menos al año en ventas. La decisión, muy criticada por los analistas de Wall Street, hizo que la acción caiga 1% al día siguiente del anuncio.

La reacción general, sin embargo, tomó otro camino. Gran parte del público aplaudió la noticia y marcas que se negaban a trabajar con CVS empezaron a venderles. El negocio creció tanto que la acción cerró el año siguiente 71% por encima del precio anterior.

Ser coherente no sólo le dio a CVS credibilidad, sino que tuvo un impacto positivo en la salud de la gente. El consumo general de cigarrillos disminuyó 1% entre todos los *retailers* donde CVS tenía 15% o más de *market share*.

Este es solo un ejemplo de una marca que tuvo coraje para ser coherente. Y obtuvo resultados de negocio positivos como consecuencia. ■

"LA SOSTENIBILIDAD REQUIERE UN CAMBIO DE MINDSET"

Alfonso de los Heros, Director de Capitalismo Consciente y miembro del Comité Evaluador de los III Premios ESG de SEMANAeconómica, remarca el cambio cultural que demanda la apuesta por la sostenibilidad en el Perú. Y la importancia de impulsarlo.

¿Cómo evalúa el avance reciente de los criterios ESG en las empresas peruanas?
Ha habido un avance importante. Cada vez más empresas son conscientes de la necesidad de tener un enfoque en sostenibilidad. Pero, sin duda, aún hay mucho camino por recorrer. Estos Premios ESG deben visibilizar lo que están haciendo las empresas a la vanguardia del cambio para empujar a otras empresas a seguir ese camino.

La apuesta por la sostenibilidad requiere de un cambio de mindset, que va más allá de simplemente adoptar políticas. Se trata de un cambio cultural, que empieza por los líderes que adoptan estas ideas y las llevan a todos los procesos de la organización.

¿Por qué hoy la sostenibilidad debe estar al centro del negocio?

Es una oportunidad para que las empresas revisen su propósito. El por qué están en el mundo, por qué realizan sus actividades. Y, alrededor de eso, quizás rediseñar o replantear las estrategias de la organización para que realmente exista esa conexión e impacto en todos sus procesos.

Las empresas deben vivir esto como parte de su ADN. No solamente como prácticas aisladas que lidera un área y que no están interconectadas ni tienen un norte claro.

¿Qué desafíos existen hoy para las empresas que deciden emprender este camino?

De lo que hoy que asegurarse es de que la responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad no sea un hecho aislado que gestiona un área de la



organización. Estos líderes de sostenibilidad vienen con un gran expertise, mucha ambición y muchas veces, ven que la organización ve esto como algo secundario. Y no como parte del core del negocio. Entonces, al final a estos líderes les cuesta muchísimo presentar propuestas, desarrollarlas, articular con la organización y promover un cambio.

Uno de los grandes desafíos es que las cabezas de las organizaciones entiendan la necesidad e importancia de la sostenibilidad para que acompañen a las áreas de sostenibilidad en este camino. Ahí está la clave del éxito futuro de cualquier estrategia de sostenibilidad en las empresas.

¿Qué impactos concretos puede tener en las empresas aplicar hoy los estándares de sostenibilidad?

Tenemos que entender que vivimos en una coyuntura política y social muy compleja. El éxito de las empresas depende del éxito del país. Entonces, debemos tener muchísima sensibilidad para leer ese momento, identificar los riesgos de operar y sacar adelante a una empresa en un país como

éste. Desde mejorar el clima laboral, hasta mejorar la relación con nuestros stakeholders, proveedores, clientes, consumidores, comunidad y Estado. También ser mucho más activistas en cuanto a proteger la democracia e institucionalidad del Perú.

“Espero conocer proyectos de sostenibilidad que sorprendan, para que otras organizaciones sigan su camino”

Y, sin duda, apuntar a proyectos que busquen un impacto en el planeta, cómo realmente hacemos la diferencia en un país de tantas carencias. Ahí las empresas tienen un rol fundamental y tienen que entender que ese rol, más que nunca, es crítico. Porque, si no lo abrazan, probablemente nadie más lo va a hacer.

¿Qué espera este año de la tercera edición de los Premios ESG, como miembro del Comité Evaluador?

Espero conocer nuevos proyectos de impacto social y medioambiental, proyectos de sostenibilidad que me sorprendan. Identificar estas empresas con mejores prácticas y que, ojalá, generen aprendizajes que podamos compartir y valorar para que otras organizaciones puedan seguir ese camino.

Quisiera ver un evento que atrae a cada vez más actores, más empresas, mejores proyectos y mejores estándares. ■

SEMANAeconómica

PARTICIPA EN LO PREMIOS ESG

Por tercer año consecutivo, SEMANAeconómica está recopilando los más importantes proyectos de sostenibilidad del país para reconocerlos en una ceremonia exclusiva.



Inscribe a tu empresa
antes del 6 de SEP





POLÍTICA

‘Ley anti-Antauro’: una pugna sin consenso

El Congreso podría retomar el debate del proyecto que le cerraría el camino electoral a Humala. Pero, hoy, los votos no alcanzan.

El proyecto de reforma constitucional que impediría a personas condenadas por determinados delitos postular a cargos públicos, como la presidencia de la República, carece hoy del consenso necesario para avanzar en el Congreso. Aunque no se descarte que el tema vuelva a ponerse en agenda, reunir los votos requeridos —87, en dos legislaturas sucesivas— para aprobar lo que coloquialmente se denomina como la ‘Ley anti-Antauro’ luce cada vez menos viable.

El dictamen llegó al Pleno durante la legislatura pasada. Pero las posiciones encontradas de grupos como el fujimorismo y las bancadas de izquierda entramparon el debate. Tras ello, se acordó que regresara a la Comisión de Constitución. Allí se ha considerado eliminar de la lista de impedimentos delitos como secuestro y homicidio, por los cuales, por ejemplo, Alberto Fujimori fue condenado a 25 años de prisión. En cambio, se mantendrían otros que le cerrarían el paso a Antauro Humala, como los de rebelión y sedición. “Los congresistas están en una encrucijada: es difícil de lograr, sin que se vea como una ley con

nombre propio”, advierte el politólogo Alejandro Boyco.

Forjar un consenso en torno a un proyecto tan espinoso será ahora más difícil, dado que el país está al portas de un año preelectoral. “Discutir aspectos que limitarían la participación política de sus candidatos puede abrir una caja de pandora [para los partidos]”, remarca el analista político de Centro Winaq, Fernando Tincopa.

Pese a ello, la iniciativa podría ser incluida en el plan de trabajo de la Comisión de Constitución, que ahora será presidida por el congresista Fernando Rospigliosi (Fuerza Popular). “Muchos congresistas quieren levantar una bandera de algo que no pueden lograr con votos. Tenemos que trabajar un texto que tenga consenso. Creo que esto tiene que zanjarse, se apruebe o no”, manifiesta Arturo Alegria, vocero del fujimorismo. Otras fuentes, sin embargo, afirman que sería un cambio riesgoso. “[Alberto Fujimori] puede verse afectado: van a querer colocar impedimentos para él”, sostiene una fuente congresal cercana a la actual Mesa Directiva, a la cual accedió SEMANAeconómica.

Bancadas como las de Acción Popular y Podemos Perú se muestran abiertamente a favor de retomar el debate. “Debe retomarse. Y los casos de levantamientos [como el Andahuaylazo] deberían estar entre los impedimentos”, agrega el vocero de la bancada de Podemos Perú, Carlos Zeballos.

La izquierda, por su parte, difícilmente aceptará que se incluyan delitos que le cierran el paso a Humala. “Recordemos que existe la figura de la rehabilitación. Si no, ¿cuál sería el espíritu del sistema penitenciario?”, cuestiona el portavoz de Perú Libre, Flavio Cruz.

La reforma requiere 87 votos en dos legislaturas sucesivas

Para Fuerza Popular, el cálculo político detrás de este proyecto puede ser aun más complejo. “Antauro podría ser el mejor contrincante para una segunda vuelta que el fujimorismo podría tener, pues ahora también genera división en la izquierda radical”, advierte Tincopa. (KRA) ■



"CON PERSONAS MÁS COMPROMETIDAS, LA ROTACIÓN DE EMPLEADOS DISMINUYE"

En un nuevo episodio del ABC del ESG, conversamos con Fernando Rivera, docente de Psicología Organizacional de la UPC, quien detalla el impacto actual de la salud mental en las empresas y lo que hace falta para mejorar su atención.

¿Cómo ha cambiado el tratamiento de la salud mental en las empresas?

Más que una evolución, yo lo veo como algo completamente nuevo. Si comparas el pasado con la situación actual, hay una transformación total. Cuando era practicante, mi jefe me decía: "Fernando, quiero que las personas dejen sus problemas personales afuera al entrar a la empresa. Aquí queremos gente que trabaje tranquila, dé lo mejor de sí y no tenga problemas personales". Eso era en los noventa. Hoy, la preocupación es mucho mayor. Ahora el enfoque está más en la prevención que en apagar incendios.

¿Qué rol tiene hoy la salud mental en las organizaciones?

Creo que es clave, y te daré un ejemplo. Como fanático del fútbol, comparo mucho la salud mental con el fútbol. Un futbolista de primera división cuenta con un nutricionista, un fisioterapeuta, un psicólogo y un coach deportivo. De igual manera, los colaboradores en las empresas deben estar preparados para dar su máximo esfuerzo, especialmente después de la pandemia, que trajo consigo muchos problemas psicológicos en los colaboradores.

Y ahora los millennials colocan la salud mental como una prioridad, ¿no es así?

Exacto. Antes la empresa escogía al candidato, y ahora es al revés. Hoy, el colaborador evalúa la



oferta de trabajo considerando el clima laboral, el plan de carrera y la capacitación. Ya no solo el sueldo.

Además, el *workaholic* está en declive. Antes, se valoraba negativamente salir a las seis de la tarde; ahora, queda-se tarde muestra falta de organización y capacidad de delegación.

¿Qué están haciendo las empresas para velar por la salud mental de sus trabajadores?

Hay que mencionar los riesgos psicosociales que causan problemas mentales graves. Los cuatro principales son estrés, burnout, acoso laboral y hostigamiento sexual.

Las empresas saben que quienes sufren de estos trastornos verán disminuido su rendimiento laboral, por lo que implementan medidas de prevención para mantener a los empleados cómodos y tranquilos. Actualmente,

buscan colaboradores comprometidos, enfocándose en la prevención de estos riesgos y en mantener una buena salud mental.

¿Qué retos todavía quedan pendientes para las empresas en cuanto a salud mental?

Ahora lo que se viene es una gerencia dedicada a estos temas, que tradicionalmente han sido gestionados por las áreas de Recursos Humanos. Creo que evolucionará tanto que podría surgir una gerencia específica, como una gerencia de salud mental o de gobierno corporativo en salud mental,

con un presupuesto y un área de trabajo más amplios.

Esto es importante porque afecta directamente los resultados de la empresa: con personas más comprometidas, la rotación de empleados disminuye. ■

“
Ahora el enfoque está más en la prevención que en apagar incendios
”

AJUSTES A SUPERAR

La suspensión del proceso de bloqueo de teléfonos celulares no registrados obedece a algunos desajustes normativos, así como impactos operativos en los privados que aún es necesario gestionar.

En el 2017, para desincentivar el robo de celulares, el Gobierno creó, vía decreto legislativo, el Registro Nacional de Equipos Terminales Móviles para la Seguridad (Renteseg). De acuerdo con Osiptel, la implementación viene avanzando, pero fuentes especializadas, advierten que el proceso requiere resolver algunos cuellos de botella que han venido encarando los administrados.

El robo de celulares ha bajado desde que se creó el registro

Desde la implementación del Renteseg, el promedio diario de reportes de robos de equipos móviles se redujo en un 30%; pasó de 6,456 reportes diarios en 2017 a 4,331 en junio de 2024.

No obstante, en julio pasado, el Osiptel suspendió temporalmente los bloqueos de equipos no registrados, a la espera de nuevas disposiciones del Ministerio del Interior. Según algunos expertos, esta suspensión se explicaría por los impactos que ha generado en los privados el

proceso de adhesión al Renteseg. "Hay una carga regulatoria para los fabricantes e importadores locales que tienen que hacer los registros,

y también para los operadores porque deben de confirmar esa inscripción para activar el servicio", señala Carlos González, socio de Hernández & Cía.

En adelante, la normativa

tendría que cubrir algunos vacíos que habrían generado contingencias entre los administrados. Por ejemplo, habría una situación irresuelta para los usuarios en tránsito, como es el caso de los turistas, que acceden a la red local para tener servicio móvil, pero que no necesariamente registran su número. "Ahí se genera una carga adicional. Y la norma no es clara. Tiene que crearse un espacio de debate con el Ministerio para hacerse esa revisión", indica Jaime Dupuy, director ejecutivo de ComexPerú.

En comunicación con esta revista, el Osiptel señaló que, de acuerdo a lo dispuesto por el Mininter, se conformará un grupo de trabajo multisectorial "para fortalecer

el marco normativo pertinente, por ejemplo, a lo relacionado al registro de equipos IoT, imposición de incentivos a importadores, etc".

SEMANAeconómica solicitó comentarios al Mininter, pero al cierre de esta edición no obtuvimos respuesta. (KRA)



Una realidad anticompetitiva



Jesús Espinoza, socio del Estudio Muñiz y ex director de Libre Competencia de Indecopi

Los dueños de empresas deben involucrarse en la adopción de medidas preventivas, si quieren evitar que sus gerentes incurran en actos anticompetitivos.

En una clase de MBA de una conocida escuela de negocios, el profesor preguntó a los alumnos: ¿qué debe hacer un gerente para aumentar la rentabilidad de su empresa? Las primeras respuestas hablaban de reducción de costos y mejoras en la gestión de los inventarios. Y, de pronto, un alumno sorprende al resto con su respuesta: "coludirte con tus competidores para subir los precios y mejorar los márgenes. ¡Esta opción nunca tiene perder!"

Semejante respuesta es reflejo de una realidad que no puede ocultarse. Una encuesta realizada en el 2021 por Ipsos a ejecutivos de empresas señaló que 5 de cada 10 encuestados consideraba la colusión como una práctica extendida o de cierta ocurrencia en el país.

Hoy, es fundamental que los propietarios sean proactivos y adopten medidas preventivas para evitar que sus empresas se vean expuestas a prácticas anticompetitivas. De lo contrario, pasarán a engrosar la lista

de casos investigados y sancionados por el Indecopi.

Las organizaciones requieren rentabilidad en el presente, pero también sostenibilidad en el largo plazo. En cambio, los ejecutivos podrían tener una visión distinta y estar dispuestos a asumir ciertos "riesgos a futuro" en búsqueda de beneficios cortoplacistas, que se traducen en bonos o utilidades.

Las medidas preventivas deben integrarse en programas de cumplimiento. Estos contienen códigos de conducta que trazan límites que los ejecutivos no pueden cruzar, protocolos de actuación frente a situaciones riesgosas, monitoreos, auditorías, canales de denuncias, capacitaciones, oficial de cumplimiento, entre otros componentes.

Dichos programas se anticipan a los problemas. Esa es la forma de evitar tratar al paciente — a un mayor costo — cuando la enfermedad está en un nivel crónico. Como dice la famosa frase: una onza de prevención vale más que una libra de curación. ■

SE

FRACTAL

Evento

La revolución de la IA en la **gestión humana**

27 AGO

Participan:



Raúl Sulca,
CEO de Fractal



Arnaldo Rivera,
Gerente de Capital Humano
y Administración de Izipay



María Teresa Merino,
Gerente Corporativa de
Recursos Humanos de
Ferreycorp



Regístrate



SEMANAeconómica

ESPECIAL

XLIV ENCUESTA DEL PODER

Conoce a **las compañías,
empresarios y autoridades más
poderosas del país**, en una nueva
edición de la histórica encuesta
de SEMANAeconómica, elaborada
por Ipsos.

Contacto comercial: publicidad@se.pe



Fecha de publicación:
1 de septiembre

Cierre de publicidad:
28 de agosto